

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Arti Penting dan Tujuan Inovasi

Istilah inovasi memang selalu diartikan secara berbeda-beda oleh beberapa ahli. Menurut Suryani inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami. (Suryani, 2008: 304).

Menurut Rosenfeld dalam Dyan bangun, kata inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses yang dapat memberikan nilai yang lebih berarti. (Dyanbangun, 2015). Namun menurut Vontana inovasi adalah kesuksesan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan/atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan. (Vontana, 2009: 20).

Adapun dasar-dasar yang dibutuhkan dalam inovasi meliputi perbedaan-perbedaan individu, konsep diri, tanggung jawab diri, pengembangan ketrampilan, relevansi, tanggung jawab sosial, humanisme, dan pemenuhan kehidupan yang semuanya harus dipenuhi sebagai upaya penyesuaian dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Inovasi itu penting karena berkaitan dengan proses perubahan, batasan ini didalamnya meliputi unsur-unsur penting sebuah perjalanan, dorongan kekuatan, praktik maju dari bentuk-bentuk tradisional. Dan inovasi akan gagal, bila menginterpretasikannya secara sempit, lamban, dan hanya memandang dengan sebelah mata, bahkan salah dalam memahaminya. Sehingga inovasi identik dengan kehidupan yang lebih baik untuk mensejahterakan manusia atau lembaga. (Wijayanti, 2009:11).

Tujuan Inovasi adalah (1) Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup manusia. (2) Memungkinkan untuk meningkatkan keuntungan yang dapat diperolehnya. (3) Adanya peningkatan dalam kemampuan mendistribusikan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru. (4) Adanya keanekaragaman produk dan jenisnya didalam pasar. Berangkat dari tujuan tersebut Inovasi dapat ditunjang oleh beberapa factor pendukung seperti (1) Adanya keinginan untuk merubah diri, dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu. (2) Adanya kebebasan untuk berekspresi. (3) Adanya pembimbing yang berwawasan luas dan kreatif (4) Tersedianya sarana dan prasarana. (5)

Kondisi lingkungan yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, maupun masyarakat dalam lingkungan sekitar. (Wijayanti, 2009: 14).

2.1.2 Proses Penyebaran Inovasi Dalam Masyarakat

Proses penyebaran inovasi sangat penting karena melalui komunikasi dari satu orang ke orang lain maka informasi akan sangat cepat diketahui oleh orang lain dan akan membawa perubahan yang baik, karena akan mempermudah orang lain mengetahui adanya inovasi. Suatu inovasi dalam proses penyebarannya ada 4 elemen dasar yang dapat dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial. (1) Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. (2) Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal. (3) Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat

dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial. (4) Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. (Rogers, 1983: 10-24).

2.1.3 Pengembangan Wilayah Sebagai Wujud Perubahan

Pada umumnya pengembangan wilayah mengacu pada perubahan produktivitas, yang diukur dengan peningkatan populasi penduduk, kesempatan kerja, tingkat pendapatan, dan nilai tambah pengolahan. Selain itu pengembangannya mengacu pada pengembangan sosial, berupa aktivitas kesehatan, pendidikan, kualitas lingkungan, kesejahteraan dan lainnya. Pengembangan wilayah lebih menekankan pada adanya perbaikan wilayah secara bertahap dari kondisi yang kurang berkembang menjadi berkembang.

Menurut Ambar pengembangan wilayah sangat diperlukan karena kondisi sosial ekonomi, budaya dan geografis yang berbeda antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Pada dasarnya pengembangan wilayah harus disesuaikan dengan kondisi, potensi dan permasalahan wilayah yang bersangkutan. (Ambardi & Prihawantor, 2002: 16). Menurut Triutomo dalam Rinto bahwa tujuan pengembangan wilayah mengandung 2 sisi yang saling berkaitan yaitu sisi sosial dan ekonomis. Dengan kata lain pengembangan wilayah merupakan upaya memberikan kesejahteraan dan

meningkatkan kualitas hidup masyarakat, misalnya menciptakan pusat-pusat produksi, memberikan kemudahan prasarana dan pelayanan logistik dan sebagainya. Pengembangan wilayah dalam jangka panjang lebih ditekankan pada pengenalan potensi sumber daya alam dan potensi pengembangan lokal wilayah yang mampu mendukung (menghasilkan) pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan sosial masyarakat, termasuk pengentasan kemiskinan, serta upaya mengatasi kendala pembangunan yang ada di daerah dalam rangka mencapai tujuan pembangunan. (Rinto, 2014: 3).

Aspek pengembangan wilayah sangat dipengaruhi oleh komponen-komponen tertentu seperti (1) Sumber daya lokal, merupakan kekuatan alam yang dimiliki wilayah tersebut seperti lahan pertanian, hutan, bahan galian, tambang dan sebagainya. (2) Pasar, merupakan tempat memasarkan produk yang dihasilkan suatu wilayah sehingga wilayah dapat berkembang. (3) Tenaga kerja, tenaga kerja berperan dalam pengembangan wilayah sebagai pengolah sumber daya yang ada. (4) Investasi, semua kegiatan dalam pengembangan wilayah tidak terlepas dari adanya investasi modal. Investasi akan masuk ke dalam suatu wilayah yang memiliki kondisi kondusif bagi penanaman modal. (5) Kemampuan pemerintah, merupakan elemen pengarah pengembangan wilayah. Pemerintah yang berkapasitas akan dapat mewujudkan pengembangan wilayah yang efisien karena sifatnya sebagai katalisator pembangunan. (6) Transportasi dan komunikasi, berperan sebagai media pendukung yang

menghubungkan wilayah satu dengan wilayah lainnya. Interaksi antara wilayah seperti aliran barang, jasa dan informasi akan sangat berpengaruh bagi tumbuh kembangnya suatu wilayah. (7) Teknologi, kemampuan teknologi berpengaruh terhadap pemanfaatan sumber daya wilayah melalui peningkatan output produksi dan keefektifan kinerja sektor-sektor perekonomian wilayah. (Rinto, 2014: 4).

Pengembangan wilayah yang menyangkut perubahan-perubahan pada masyarakat yang berpengaruh terhadap suatu hal inovasi, antara lain disebabkan oleh otomatisasi, urbanisasi, konflik budaya, dan kemajuan-kemajuan medis maupun biologis. Selain itu, ada pula perubahan-perubahan etis dan nilai-nilai religius di masyarakat akan berpengaruh pula terhadap inovasi, bentuknya seperti media, perjalanan, dan keterlibatan secara langsung. Maka dari itu pengembangan sebagai keinginan untuk memperoleh perbaikan dan kemampuan menyelesaikannya. Konsep dasar pengembangan wilayah/kawasan menjadi suatu usaha memadukan secara harmonis sumber daya alam, manusia dan teknologi dengan memperhatikan daya tampung lingkungan itu sendiri. (Wijayanti, 2009: 16).

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membantu peneliti, antara lain terdapat table dibawah ini.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Penulis Dan Judul	Hasil	Relevansi
1	Mulyadi, dkk (2007) “Proses Adopsi Inovasi Pertanian Suku Pedalaman Arfak di Kabupaten Manokwari Papua Barat”	Hasil penelitian ini diketahui bahwatahapan yang sangat menentukan proses adopsi inovasi pada petani Arfak adalah pada tahap awal (pengetahuan) yaitu mulai mengenal adanya inovasi dan memperoleh beberapa pengertian tentang cara inovasi tersebut berfungsi. Kebutuhan belajar yang tinggi pada petani Arfak adalah faktor pendukung, sedangkan karakteristik sosial ekonomi yang rendah dan pola komunikasi vertikal adalah faktor penghambat pengadopsian inovasi. Secara nyata petani Arfak telah mengalami perubahan sosial, budaya, dan orientasi ekonomi (masa transisi) dari	Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada agen perubahan atau innovator. Pada penelitian terdahulu inovator dari sekelompok penyuluh yang didatangkan dari pemerintah, sementara penelitian yang akan dilakukan inovator dari satu tokoh masyarakat .

		masyarakat tradisional ke modern, ditunjukkan oleh kebutuhan belajar yang tinggi, nilai budaya yang mendukung, dan sikap terhadap kegiatan penyuluhan yang responsif.	
2.	Rangkuti (2007) “Jaringan Komunikasi Petani dalam Adopsi Inovasi Teknologi Pertanian”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kondisi karakteristik petani mempunyai pengaruh nyata terhadap jaringan komunikasi petani dalam proses tingkat adopsi inovasi teknologi traktor tangan dalam pengolahan lahan sawah. Lebih dari lima puluh persen petani tergolong perintis dan pelopor dalam adopsi inovasi traktor tangan di desa Neglasari. Hal ini disebabkan oleh tingkat keeratan, keragaman, kekompakan dan keterbukaan jaringan komunikasi petani baik level individu maupun level klik yang berkembang secara	Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada adopsi inovasi pada petani. Akan tetapi penelitian terdahulu terfokus pada teknologi yang akan diberlakukan di pertanian yaitu traktor tangan, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan pada jenis tanaman buah belimbing yang dijadikan sebagai sentra belimbing.

		<p>konvergen dengan dukungan peran dari tokoh tokoh formal dan nonformal masyarakat lokal.</p> <p>(2) Faktor-faktor positif dari karakteristik usaha tani atas tingkat keterkaitan, keragaman, kekompakan dan keterbukaan, menunjukkan bahwa luas lahan garapan dan produktifitas lahan memberi kontribusi paling besar terhadap jaringan komunikasi. Biaya pengolahan lahan dengan traktor tangan tidak memberi pengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi traktor tangan. (3) Faktor-faktor positif dari ciri-ciri adopsi inovasi menunjukkan tingkat observabilitas memberi kontribusi terbesar terhadap tingkat adopsi inovasi traktor tangan. Sebagian besar petani merasakan adopsi inovasi</p>	
--	--	---	--

		<p>traktor tangan memberi tingkat keuntungan relatif tergolong tinggi, dan sebaliknya petani menganggap tingkat kompleksitas traktor tangan bernilai negatif terhadap adopsi inovasi taktor tangan. (4) Untuk mengembangkan dinamika jaringan komunikasi di tingkat petani perlu meningkatkan peran tokoh-tokoh formal dan informal termasuk petugas penyuluh lapangan dengan mengedepankan komunikasi konvergen dan memanfaatkan media komunikasi massa secara optimal sebagai upaya meningkatkan kekosmopolitan petani.</p>	
3.	<p>Shinta Kusumawati, dkk (2015) <i>“Hubungan Antara Modal Sosial dengan Difusi Inovasi Sebagai Basis Pengembangan Ekonomi Lokal di Desa Penghasil Hortikultura Kabupaten Bandung Barat dan</i></p>	<p>Penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara modal sosial dengan difusi inovasi pada tahap budidaya dan pasca budidaya pertanian hortikultura sebagai</p>	<p>Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada topik, metode penelitian dengan jenis penelitian</p>

	Kabupaten Bandung”	<p>basis pengembangan ekonomi lokal. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa desa yang memiliki keberadaan modal sosial secara utuh, berhubungan dengan tumbuhnya inovasi dan difusi inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan antara keberadaan modal sosial yang utuh, dengan tumbuhnya inovasi dan proses difusi inovasi. Desa dengan keberadaan modal sosial secara utuh mampu menjadi tempat terjadinya difusi inovasi dan tumbuhnya inovasi secara lebih cepat dibandingkan dengan desa yang kurang keberadaan modal sosialnya.</p>	<p>kualitatis, dan teori yang digunakan juga sama. Akan tetapi pendekatan penelitian terdahulu ini menggunakan studi kasus, sementara yang peneliti lakukan menggunakan pendekatan fenomenologi.</p>
--	--------------------	--	--

2.3 Landasan Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers

Tokoh dalam teori difusi inovasi adalah Everett M. Rogers. Ia lahir tanggal 6 Maret 1931 di Carroll, Iowa, Amerika dan wafat tanggal 21 Oktober 2004 di Albuquerque, New Mexico, Amerika. Ia dibesarkan dalam lingkungan keluarga pemilik *Pinehurst Farm*. Awalnya Rogers tidak memiliki ide untuk mengambil

kuliah hingga gurunya mengarahkannya beserta beberapa teman-teman sekelasnya untuk mengambil *Agriculture* untuk S1 dan S2 nya di Iowa State University. Selanjutnya ia sempat menjadi sukarelawan di perang Korea selama 2 tahun. Sepulangnya dari perang itu Rogers kembali lagi ke Iowa State University untuk mendapatkan gelar Ph.D di bidang sosiologi dan statistik pada tahun 1957

Sebenarnya teori Difusi Inovasi ini sudah ada sejak tahun 1903 ketika seorang sosiolog Perancis, Gabriel Tarde, memperkenalkan Kurva Difusi berbentuk S(*S-shaped Diffusion Curve*). Kurva ini pada dasarnya menggambarkan bagaimana suatu inovasi di adopsi seseorang atau sekelompok orang dilihat dari dimensi waktu. Pada kurva ini ada dua sumbu dimana sumbu yang satu menggambarkan tingkat adopsi dan sumbu yang lainnya menggambarkan dimensi waktu.

Teori ini kemudian menjadi populer dan berkembang sejak Rogers menulis bukunya berjudul *Diffusion of Innovation*. Ide buku ini berawal karena banyak sekali inovasi pertanian yang dihasilkan seperti benih jagung hybrid, pupuk kimiawi, dan semprotan untuk rumput liar. Namun tidak semua petani mengadopsi beberapa inovasi tersebut, hanya ada beberapa petani saja yang mengadopsinya setelah inovasi tersebut berhasil dilakukan oleh beberapa petani barulah inovasi tersebut menyebar secara perlahan-lahan. Hal inilah yang menjadi pertanyaan besar bagi Rogers hingga akhirnya menjadi inti dari disertasi Rogers di Iowa State University. Disertasinya berupa penyebaran atau difusi *weed spray*, ia juga melakukan wawancara langsung terhadap 200 petani tentang keputusannya untuk keputusan mereka mengadopsi inovasi tersebut. Selain itu Rogers juga mempelajari bagaimana difusi inovasi dari bidang-bidang lain,

misalnya pada bidang pendidikan, marketing, dan obat-obatan. Ia menemukan banyak kesamaan dalam beberapa bidang tersebut. Hasilnya merujuk kepada *S-shaped Diffusion Curve* yang diperkenalkan oleh seorang sosiolog Prancis bernama Gabriel Tarde pada awal abad ke-20. Kurva ini pada dasarnya menggambarkan bagaimana suatu inovasi diadopsi seseorang atau sekelompok orang dilihat dari dimensi waktu. Pada kurva ini ada dua sumbu dimana sumbu yang satu menggambarkan tingkat adopsi dan sumbu yang lainnya menggambarkan dimensi waktu. (Rogers, 1983: 2-4).

Di dalam buku *Diffusion of Innovation*, Everett M. Rogers mendefinisikan difusi inovasi adalah proses suatu ide baru disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu kepada individu atau sekelompok anggota sistem sosial. Inovasi yang dipandang oleh penerima sebagai inovasi yang mempunyai manfaat relatif, kesesuaian, kemampuan untuk dicoba, kemampuan dapat dilihat yang jauh lebih besar, dan tingkat kerumitan yang lebih rendah akan lebih cepat diadopsi daripada inovasi-inovasi lainnya. (Rogers, 1983: 5).

Ada empat unsur utama yang terjadi dalam proses difusi inovasi sebagai berikut:

1. Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap sebagai suatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain. Semua inovasi memiliki komponen ide tetapi tak banyak yang memiliki wujud fisik, ideologi misalnya. Inovasi yang tidak memiliki wujud fisik diadopsi berupa keputusan simbolis. Sedangkan yang memiliki wujud

fisik pengadopsiannya diikuti dengan keputusan tindakan. Rogers mengemukakan lima karakteristik inovasi yang dapat memengaruhi keputusan terhadap pengadopsian suatu inovasi meliputi:

a. Keunggulan relatif (*relative advantage*)

Keunggulan relatif adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi.

b. Kompatibilitas (*compatibility*)

Kompatibilitas adalah derajat dimana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*).

c. Kerumitan (*complexity*)

Kerumitan adalah derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami

dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi.

d. Kemampuan diujicobakan (*trialability*)

Kemampuan untuk diujicobakan adalah derajat dimana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diuji cobakan dalam setting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya harus mampu menunjukan (mendemonstrasikan) keunggulannya.

e. Kemampuan diamati (*observability*)

Kemampuan untuk diamati adalah derajat dimana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar keunggulan relative kesesuaian (*compatibility*) kemampuan untuk diuji cobakan dan kemampuan untuk diamati serta semakin kecil kerumitannya, maka semakin cepat kemungkinan inovasi tersebut dapat diadopsi.

2. Saluran komunikasi

Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama atau yang biasa disebut mutual understanding antara dua atau lebih partisipan komunikasi terhadap suatu pesan (dalam hal ini adalah ide baru) melalui saluran komunikasi tertentu. Dengan demikian diadopsinya suatu

ide baru (inovasi) dipengaruhi oleh partisipan komunikasi dan saluran komunikasi. Saluran komunikasi dapat dikatakan memegang peranan penting dalam proses penyebaran inovasi, karena melalui itulah inovasi dapat tersebar kepada anggota sistem sosial.

Tahap-tahap tertentu dari proses pengambilan keputusan inovasi, suatu jenis saluran komunikasi tertentu juga memainkan peranan lebih penting dibandingkan dengan jenis saluran komunikasi lain. Ada dua jenis kategori saluran komunikasi yang digunakan dalam proses difusi inovasi, yakni saluran media massa dan saluran antarpribadi atau saluran lokal dan kosmopolit. Saluran lokal adalah saluran yang berasal dari sistem sosial yang sedang diselidiki. Saluran kosmopolit adalah saluran komunikasi yang berada di luar sistem sosial yang sedang diselidiki. Media massa dapat berupa radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Kelebihan media massa adalah dapat menjangkau audiens yang banyak dengan cepat dari satu sumber. Sedangkan saluran antarpribadi dalam proses difusi inovasi ini melibatkan upaya pertukaran informasi tatap muka antara dua atau lebih individu yang biasanya memiliki kekerabatan dekat.

3. Kurun waktu tertentu

Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi. Dimensi waktu, dalam proses difusi, berpengaruh dalam tiga hal, yakni:

- a. Proses keputusan inovasi**, yaitu proses mental yang terjadi dimana individu mulai mengalami tahapan menerima informasi pertama yang membentuk sikap seseorang terhadap inovasi sampai kepada

keputusan apakah individu tersebut menerima atau menolak inovasi, hingga tahapan implementasi dan konfirmasi berkenaan dengan inovasi tersebut. Ada beberapa tahap dalam proses keputusan inovasi ini yaitu tahap pengetahuan pertama terhadap inovasi, tahap pembentukan sikap kepada inovasi, tahap pengambilan keputusan menerima atau menolak inovasi, tahap pelaksanaan inovasi, dan tahap konfirmasi dari keputusan.

b. Waktu memengaruhi difusi dalam keinovatifan individu atau unit

adopsi. Keinovatifan adalah tingkatan dimana individu dikategorikan secara relative dalam mengadopsi sebuah ide baru dibanding anggota suatu sistem sosial lainnya. Kategori tersebut antara lain adalah *innovator*, *earlyadopter*, *early majority*, *late majority*, & *laggard*. Klasifikasi ini dikarenakan dalam sebuah sistem, individu tidak akan secara serempak dalam suatu waktu mengadopsi sebuah inovasi melainkan perlahan-lahan secara berurut. Keinovatifan inilah yang pada akhirnya menjadi indikasi yang menunjukkan perubahan tingkah laku individu

c. Kecepatan rata-rata adopsi ide baru dalam sebuah sistem sangat

dipengaruhi oleh dimensi waktu. Kecepatan adopsi adalah kecepatan relative yang berkenaan dengan pengadopsian suatu inovasi oleh anggota suatu sistem mengadopsi suatu inovasi dalam periode waktu tertentu. Kecepatan ini selalu diukur dengan jumlah anggota suatu sistem yang mengadopsi inovasi dalam periode waktu tertentu.

4. Sistem Sosial

Sangat penting untuk diingat bahwa proses difusi terjadi dalam suatu sistem sosial. Sistem sosial adalah satu set unit yang saling berhubungan yang tergabung dalam suatu upaya pemecahan masalah bersama untuk mencapai suatu tujuan. Anggota dari suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem. Proses difusi dalam kaitannya dengan sistem sosial ini dipengaruhi oleh struktur sosial, norma sosial, peran pemimpin dan agen perubahan, tipe keputusan inovasi dan konsekuensi inovasi.

Difusi inovasi terjadi dalam suatu sistem sosial. Dalam suatu sistem sosial terdapat struktur sosial, individu atau kelompok individu, dan norma-norma tertentu. Berkaitan dengan hal ini, Rogers menyebutkan adanya empat faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi. Keempat faktor tersebut adalah:

a. Struktur sosial (*social structure*)

Struktur sosial adalah susunan suatu unit sistem yang memiliki pola tertentu. Adanya sebuah struktur dalam suatu sistem sosial memberikan suatu keteraturan dan stabilitas perilaku setiap individu dalam suatu sistem sosial tertentu. Struktur sosial juga menunjukkan hubungan antar anggota dari sistem sosial. Hal ini dapat dicontohkan seperti terlihat pada struktur organisasi suatu perusahaan atau struktur sosial masyarakat suku tertentu. Struktur sosial dapat memfasilitasi atau menghambat difusi inovasi dalam suatu sistem.

b. Norma sistem (*system norms*)

Norma adalah suatu pola perilaku yang dapat diterima oleh semua anggota sistem sosial yang berfungsi sebagai panduan atau standar bagi semua anggota sistem sosial. Sistem norma juga dapat menjadi faktor penghambat untuk menerima suatu ide baru. Hal ini sangat berhubungan dengan derajat kesesuaian (*compatibility*) inovasi dengan nilai atau kepercayaan masyarakat dalam suatu sistem sosial. Jadi, derajat ketidaksesuaian suatu inovasi dengan kepercayaan atau nilai-nilai yang dianut oleh individu (sekelompok masyarakat) dalam suatu sistem sosial berpengaruh terhadap penerimaan suatu inovasi tersebut.

c. *Opinion Leaders*

Opinion leaders dapat dikatakan sebagai orang-orang berpengaruh, yakni orang-orang tertentu yang mampu memengaruhi sikap orang lain secara informal dalam suatu sistem sosial. Dalam kenyataannya, orang berpengaruh ini dapat menjadi pendukung inovasi atau sebaliknya, menjadi penentang. Ia (mereka) berperan sebagai model dimana perilakunya (baik mendukung atau menentang) diikuti oleh para pengikutnya. Jadi, jelas disini bahwa orang berpengaruh memainkan peran dalam proses keputusan inovasi.

d. *Change Agent*

Change agent adalah suatu bagian dari sistem sosial yang berpengaruh terhadap sistem sosialnya. Mereka adalah orang-orang

yang mampu memengaruhi sikap orang lain untuk menerima sebuah inovasi. Tetapi *change agent* bersifat resmi atau formal, ia mendapat tugas dari kliennya untuk memengaruhi masyarakat yang berada dalam sistem sosialnya. *Change agent* atau dalam bahasa Indonesia yang biasa disebut agen perubah, biasanya merupakan orang-orang profesional yang telah mendapatkan pendidikan atau pelatihan tertentu untuk dapat memengaruhi sistem sosialnya. (Rogers, 1983: 11-31).

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Menurut Rogers, proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi.

Sementara itu tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi mencakup:

1. Tahap Pengetahuan (*Knowledge*)

Tahap ini merupakan tahap penyebaran informasi tentang inovasi baru, dan saluran yang paling efektif untuk digunakan adalah saluran media massa. Dalam tahap ini kesadaran individu

akan mencari atau membentuk pengertian inovasi dan tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. Rogers mengatakan ada tiga macam pengetahuan yang dicari masyarakat dalam tahapan ini yaitu kesadaran bahwa inovasi itu ada, pengetahuan akan penggunaan inovasi tersebut, pengetahuan yang mendasari bagaimana fungsi inovasi tersebut bekerja.

2. Tahap Persuasi (*Persuasion*)

Dalam tahapan ini individu membentuk sikap atau memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut. Dalam tahap persuasi ini, individu akan mencari tahu lebih dalam informasi tentang inovasi baru tersebut dan keuntungan menggunakan informasi tersebut. Yang membuat tahapan ini berbeda dengan tahap pengetahuan adalah pada tahap pengetahuan yang berlangsung adalah proses memengaruhi kognitif, sedangkan pada tahap persuasi, aktifitas mental yang terjadi memengaruhi afektif. Pada tahapan ini seorang calon adopter akan lebih terlibat secara psikologis dengan inovasi. Kepribadian dan norma-norma sosial yang dimiliki calon adopter ini akan menentukan bagaimana ia mencari informasi, bentuk pesan yang bagaimana yang akan ia terima dan yang tidak, dan bagaimana cara ia menafsirkan makna pesan yang ia terima berkenaan dengan informasi tersebut. Sehingga pada tahapan ini seorang calon adopter akan membentuk persepsi umumnya tentang inovasi tersebut.

3. Tahap Pengambilan Keputusan (*Decision*)

Di tahapan ini individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi inovasi tersebut atau tidak sama sekali. Adopsi adalah keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara tindak yang paling baik.

Dalam tahap pengambil keputusan terdapat Konsekuensi, yang merupakan perubahan yang terjadi pada individu atau suatu sistem sosial sebagai akibat dari adopsi atau penolakan terhadap inovasi . Ada tiga macam konsekuensi setelah diambilnya sebuah keputusan, yaitu:

a. Konsekuensi Dikehendaki & Konsekuensi Tidak Dikehendaki

Konsekuensi dikehendaki dan tidak dikehendaki bergantung kepada dampak-dampak inovasi dalam sistem sosial berfungsi atau tidak berfungsi. Dalam kasus ini, sebuah inovasi bisa saja dikatakan berfungsi dalam sebuah sistem sosial tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa sebenarnya inovasi tersebut tidak berfungsi bagi beberapa orang di dalam sistem sosial tersebut.

b. Konsekuensi Langsung & Konsekuensi Tidak Langsung

Konsekuensi yang diterima bisa disebut konsekuensi langsung atau tidak langsung bergantung kepada apakah perubahan-perubahan pada individu atau sistem sosial terjadi dalam respons langsung terhadap inovasi atau sebagai hasil dari urutan kedua dari konsekuensi. Terkadang efek atau hasil dari inovasi tidak berupa pengaruh langsung pada pengadopsi.

c. Konsekuensi Yang Diantisipasi & Konsekuensi Yang Tidak Diantisipasi

Tergantung kepada apakah perubahan-perubahan diketahui atau tidak oleh para anggota sistem sosial tersebut.

4. Tahap Pelaksanaan (*Implementation*)

Tahapan ini hanya akan ada jika pada tahap sebelumnya, individu atau partisipan memilih untuk mengadopsi inovasi baru tersebut. Dalam tahap ini, individu akan menggunakan inovasi tersebut. Jika ditahapan sebelumnya proses yang terjadi lebih kepada mental exercise yakni berpikir dan memutuskan, dalam tahap pelaksanaan ini proses yang terjadi lebih ke arah perubahan tingkah laku sebagai bentuk dari penggunaan ide baru tersebut.

5. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*)

Tahap terakhir ini adalah tahapan dimana individu akan mengevaluasi dan memutuskan untuk terus menggunakan inovasi baru tersebut atau menyudahinya. Selain itu, individu akan mencari penguatan atas keputusan yang telah ia ambil sebelumnya. (Rogers, 1983: 164-184).

Inovasi juga dapat tidak dilanjutkan (diskontinu) karena kecewa atau diganti dengan inovasi lainnya. Beberapa temuan dari Rogers proses keputusan inovasi adalah Inovasi yang tingkat adopsinya tinggi tingkat diskontinu, diskontinu cenderung dilakukan oleh adopter akhir, beberapa saluran komunikasi difusi inovasi adalah media massa dan hubungan antar-pribadi serta saluran kosmopolit dan lokalit. Media massa dan saluran kosmopolit terutama penting pada tahap mengetahui inovasi sementara hubungan antarpribadi dan saluran lokalit terutama penting pada tahap persuasi. (Rogers, 1983: 186).

Rogers menyatakan bahwa tingkat inovasi dipengaruhi oleh satu atau beberapa karakteristik dimulai dari keuntungan relatif, kompatibilitas atau kekonsistennannya dengan nilai yang dianut, kompleksitas atau tingkat kemudahan untuk dipahami, triabilitas atau dapat dicobanya dalam skala kecil dan observabilitas atau keterlihatannya oleh orang/pihak lain. Dari sisi tingkat adopsi di lingkungan masyarakat dipengaruhi oleh jenis keputusan inovasi

(opsional, kolektif atau atas dasar otoritas), jenis saluran komunikasi yang digunakan, norma, sifat salingterhubungantar individu dalam komunitas adopter dan upaya agen perubahan. (Rogers, 1983: 211).

Tipe-tipe Pengadopsi Inovasi menurut Rogers merupakan pembagian anggota sistem sosial ke dalam kelompok-kelompok adopter didasarkan pada tingkat keinovatifannya, yaitu lebih awal atau lebih lambat seseorang mengadopsi sebuah inovasi dibandingkan dengan anggota sistem sosial lainnya. **Berikut ini adalah karakteristik dari berbagai macam kategori adopter:**

1. Inovator

Tipe ini adalah tipe yang menemukan inovasi. Mereka mencurahkan sebagian besar dalam kehidupannya, energi, dan kreatifitasnya untuk mengembangkan ide baru. Selain itu orang-orang yang masuk ke dalam kategori ini cenderung berminat mencari hubungan dengan orang-orang yang berada di luar sistem mereka. Rogers menyebutkan karakteristik innovator sebagai berikut:

- a. Berani mengambil risiko
- b. Mampu mengatur keuangan yang kokoh agar dapat menahan kemungkinan kerugian dari inovasi yang tidak menguntungkan

- c. Memahami dan mampu mengaplikasikan teknik dan pengetahuan yang kompleks
- d. Mampu menanggulangi ketidakpastian informasi

2. Pengguna Awal

Pengguna awal atau *early adopter* biasanya adalah orang-orang yang berpengaruh, yang menjadi para perintis dalam penerimaan inovasi dan lebih dulu memiliki banyak akses karena mereka memiliki orientasi yang lebih ke dalam sistem sosial. Untuk memengaruhi pengguna awal tidak memerlukan persuasi karena mereka sendiri yang selalu berusaha mencari sesuatu yang dapat memberikan mereka keuntungan dalam kehidupan sosial atau ekonomi.

Karakteristik yang dimiliki oleh *early adopter* adalah:

- a. Bagian yang terintegrasi dalam sistem lokal sosial
- b. Opinion leader yang paling berpengaruh
- c. Role model dari anggota lain dalam sebuah sistem sosial
- d. Dihargai dan disegani oleh orang-orang disekitarnya

3. Mayoritas Awal

Early majority ini adalah golongan orang yang selangkah lebih maju. Mereka biasanya orang yang pragmatis, nyaman dengan ide yang maju, tetapi mereka tidak akan bertindak tanpa pembuktian yang nyata tentang keuntungan yang mereka dapatkan dari sebuah produk

baru. Mereka adalah orang-orang yang sensitive terhadap pengorbanan dan membenci risiko untuk itu mereka mencari sesuatu yang sederhana, terjamin, cara yang lebih baik atas apa yang telah mereka lakukan. Ada beberapa karakteristik mayoritas dini, yaitu:

- a. Sering berinteraksi dengan orang-orang sekitarnya
- b. Jarang mendapatkan posisi sebagai opinion leader
- c. Sepertiganya adalah bagian dari sistem (kategori atau tipe terbesar dalam sistem)
- d. Berhati-hati sebelum mengadopsi inovasi baru

4. Mayoritas Akhir

Orang-orang dari golongan ini adalah orang-orang yang konservatif pragmatis yang sangat membenci risiko serta tidak nyaman dengan ide baru sehingga mereka belakangan mendapatkan inovasi setelah mereka mendapatkan contoh. Golongan ini lebih dipengaruhi oleh ketakutan dan golongan laggard. Rogers mengidentifikasi karakteristik golongan *late majority* sebagai berikut:

- a. Berjumlah sepertiga dari suatu sistem sosial
- b. Mendapatkan tekanan dari orang-orang sekitarnya
- c. Terdesak ekonomi
- d. Skeptis
- e. Sangat berhati-hati

5. *Laggard* (lapisan paling akhir)

Golongan *Laggard* adalah golongan akhir yang memandang inovasi atau sebuah perubahan tingkah laku sebagai sesuatu yang memiliki risiko tinggi. Ada indikasi bahwa sebagian dari golongan ini bukanlah orang-orang yang benar-benar skeptis, bisa jadi mereka adalah inovator, penerima dini, atau bahkan mayoritas dini yang terkurung dalam suatu sistem sosial kecil yang masih sangat terikat dengan adat atau norma setempat yang kuat. Atau mungkin karena terbatasnya sumber dan saluran komunikasi menyebabkan seseorang terlambat mengetahui adanya sebuah inovasi dan pada akhirnya golongan ini disebut sebagai *Laggard*. Ada beberapa karakteristik *Laggard*, yaitu:

- a. Tradisional
- b. Tidak terpengaruh opinion leader
- c. Terisolasi
- d. Berorientasi terhadap masa lalu
- e. Curiga terhadap inovasi
- f. Mempunyai masa pengambilan keputusan yang lama
- g. Sumber yang terbatas. (Rogers, 1983: 247-251).